

## TEMA 2 – LA INFLUÈNCIA DELS CONCEPTES FÍSICS EN L'EMPRESA TURÍSTICA

### PRÀCTICA 1:

Un touroperador s'està plantejant obrir una nova delegació. Té seleccionats quatre països per localitzar-se. A continuació, s'ofereix una taula amb els costos i ingressos que obtindria en cadascun d'ells. Ajuda-li a decidir on s'ha de localitzar atenent al criteri de *Localització en Funció dels Costos i Rendiments Totals*.

PAÍS	A	B	C	D
<b>COSTOS</b>				
a) Lloguer local	300.000€/any	500.000€/any	250.000€/any	760.000€/any
b) Sou mitjà treballador	12.000€/any	18.000€/any	12.000€/any	20.000€/any
c) Cost material inventariable	30.000€	50.000€	25.000€	60.000€
<b>INGRESSOS</b>				
a) Paquets vacacionals	600.000€/any	700.000€/any	400.000€/any	950.000€/any
b) Paquets fires/congressos	350.000€/any	200.000€/any	150.000€/any	275.000€/any

### PRÀCTICA 2:

Una empresa de parcs temàtics s'està plantejant obrir un nou parc a Àsia. Per a això, ha preseleccionat quatre països (Xina, Japó, Singapur i Tailàndia). Amb les dades que apareixen en la taula següent, ajuda a aquesta empresa a ordenar la prioritat que han de tenir cadascun d'aquestes destinacions per localitzar-se aplicant el mètode sinèrgic.

PAÍS	Xina	Japó	Singapur	Tailàndia
<b>Factors crítics</b>				
a) Terreny suficient disponible	1	1	1	1
b) Disponibilitat aigües i energia	1	1	1	1
<b>Factors objectius</b>				
a) Amortització costos construcció anual	3 milions €	5 milions €	4 milions €	2.75 milions €
b) Costos rajo d'obra anual	2 milions €	4 milions €	3 milions €	2.5 milions €
<b>Factors subjectius</b>				
a) Clima càlid en destinació (0,3)	0,2	0,1	0,3	0,3
b) Desenvolupament turístic país (0,7)	0,4	0,6	0,5	0,7
<b>Coefficient a = 0,4</b>				

### PRÀCTICA 3:

El propietari d'un balneari amb una demanda estable al llarg de tot l'any s'està plantejant augmentar el nombre d'habitacions. En l'actualitat, l'ocupació anual és de 20.000 habitacions, suportant uns costos fixos de 430.000€/any i sent el cost variable unitari de cada habitació de 20€ i el seu preu de venda de 100€. Si s'estima que la demanda va a augmentar a 25.000 habitacions/any, sent la capacitat actual anual del balneari de 23.000 habitacions, convindria augmentar el nombre d'habitacions a 25.000 suportant en aquest cas uns costos fixos de 600.000€/any i mantenint-se els mateixos costos variables unitaris i el mateix preu de venda?

### PRÀCTICA 4:

El propietari d'una casa rural ven durant un any 2.950 habitacions. Els costos fixos de la casa ascendeixen a 60.000 €/any, el cost variable de cada habitació és de 12 € i el preu de cadascuna d'elles és de 65 €. Per la bona marxa del turisme rural a la seva zona, per la seva experiència i per les estadístiques que coneix el propietari s'estima que la demanda d'habitacions rurals en aquesta destinació pot incrementar-se en un 30% el proper any. La capacitat actual de la casa rural és de 3.650 habitacions a l'any. Convindria augmentar el nombre d'habitacions per absorbir aquest 30% d'increment de demanda suportant uns costos fixos de 72.000 €/any i mantenint els mateixos costos variables unitaris i el mateix preu de venda?

### PRÀCTICA 5 → TREBALL AUTÒNOM

**No es resoldrà en classe. Serveix per practicar. Inclou solucions.**

Una cadena hotelera compte actualment amb 10 hotels urbans a Espanya. En un any, entre tots venen 275.000 habitacions a l'any, suportant uns costos fixos de 2 milions de € a l'any pels 10 hotels i sent els seus costos variables mitjans per habitació venuda de 45€/habitació i el seu preu mitjà per habitació és de 100€/habitació. En 2009, la cadena desitja expandir-se i s'està plantejant obrir 2 hotels més en la costa, la qual cosa suposaria un increment esperat d'unes 25.000 habitacions venudes més i suportar 400.000 € de costos fixos més a l'any. Li convindria a aquesta empresa incrementar la seva dimensió si es mantenen els seus costos variables mitjans i el seu preu mitjà?

*Sol. (GAO – Actual = 1,1524; GAO – Ampliació = 1,1702)*

## PRÀCTICA 6 → TREBALL AUTÒNOM

No es resoldrà en classe. Serveix per practicar. Inclou solucions.

Si suposem que sí li interessa obrir dos hotels més, la cadena hotelera ha seleccionat dues destinacions (Cap de Gata i Cullera). Amb les dades que apareixen en la taula següent, ajuda a aquesta empresa a decidir la destinació que més li convé per localitzar els seus hotels aplicant el mètode sinèrgico.

LOCALITZACIÓ	Cap de Gata	Cullera
<b>Factors crítics</b>		
a) Terreny suficient disponible	1	1
b) Disponibilitat aigua i energia	1	1
<b>Factors objectius</b>		
a) Total costos construcció	5 milions €	4,5 milions €
b) Costos rajo d'obra	1 milió €	1,25 milions €
<b>Factors subjectius</b>		
a) Dies de sol a l'any (0,3)	0,3	0,2
b) Neteja platja (0,3)	0,3	0,2
c) Proximitat a la platja (0,4)	0,1	0,4
<b>Coefficient a = 0,7</b>		

*Sol. ( $IL(Cap de Gata) = 0,553$ ;  $IL(Cullera) = 0,597$ ).*